

Introducción a las empresas 4.0

Modalidad: curso e-Learning Duración: 60 horas

Categorías: Ofimática, informática y comunicaciones

OBJETIVOS

Conocer las nuevas tecnologías que se enmarcan bajo la denominación 4.0, su aplicación e implicaciones en la estrategia de empresa e identificar los aspectos clave para mejorar la competitividad de la empresa: estrategia de marca, plan de marketing digital y ecommerce y medios de pago digitales.

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ESTRATEGIA DE MARCA

¿Qué es una marca?

Branding

Estado de la marca: Imagen, posicionamiento, reputación y territorio

Técnicas de branding e identidad corporativa

Branding en la red: uso de Internet y redes sociales

Tendencias

La importancia de la reputación online

Situación de partida

Creación de la reputación online

Plan de gestión de crisis

Análisis de la reputación online

Conclusión

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN DE MARKETING DIGITAL

Plan de marketing

¿Qué es el marketing digital?

Estrategias para marketing digital

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ECOMMERCE Y MEDIOS DE PAGO DIGITALES

Concepto

Modelos de negocio en la red

Ventajas e inconvenientes frente al mercado tradicional

Tipos de comercio electrónico

Relación con el cliente-proveedor

El proceso de compra

Comercio electrónico según el medio utilizado

Introducción a los medios de pago

Datos

Agentes

Sistemas de pago